BIBLIOTHÈQUE DÉPARTEMENTALE DE LA SARTHE

LES MARCHES PUBLICS ET LES BIBLIOTHEQUES MUNICIPALES

I - DEFINITION D'UN MARCHE PUBLIC

Le marché public est un contrat d'achat administratif, conclu à **titre onéreux** entre deux parties le « pouvoir adjudicateur - PA » (collectivité) et « l'opérateur économique » (dans notre cas : libraire) pour répondre aux **besoins** du pouvoir adjudicateur en matière de travaux, de fournitures ou de services.
En l'occurrence, pour l'achat de livres, il s'agit d'un marché de fournitures.

II - MARCHES PUBLICS : PRINCIPES FONDAMENTAUX

3 principes fondamentaux sont fixés par le code des marchés publics **:**

- Liberté d'accès à la commande publique (tout fournisseur doit pouvoir se porter candidat au marché public que vous souhaitez passer),
- Égalité de traitement des candidats (tout fournisseur doit être traité de la même façon),
- Transparence des procédures (garantie d'un degré de publicité et d'information adéquat).

Afin de respecter ces principes, l'acheteur public définit dans un premier temps son **besoin,** choisit une **procédure adaptée** à ce besoin, **met en concurrence** les acteurs économiques, puis sélectionne '**l'offre économiquement la plus avantageuse** '. Ce choix s'effectue tout d'abord à partir de la qualité de la prestation puis sur le prix.

III - DEFINITION DU BESOIN

Une nomenclature des fournitures et des prestations de services homogènes (arrêté du 13 décembre 2001) a été établie. Elle peut être utilisée pour définir les besoins sur toute une collectivité.
Dans cette nomenclature **les livres non scolaires** sont classés dans le **code famille 15.05**. Tous les achats pourront donc être classés dans ce code famille, ce qui permettra d'évaluer sur une année le montant global pour toute la collectivité. En effet, le marché d'achat de livres sera passé pour tous les services de la mairie (archives, administration, documentation…).

En cas d'achats de plusieurs supports (livres, Cd audio, cédéroms), il est préférable de passer un marché par supports. La fourniture de **documents sonores** est classée dans le **code famille 15.08**.

La description du besoin doit répondre à quatre questions :
1. Pour qui ? – 2. Pourquoi ? – Pour quand ? – 4. Comment ?

IV - EVALUER LES BESOINS DE LIVRES

Le code des marchés publics (CMP) établit des seuils financiers à partir desquels les « formalités de publicité » (publication dans les journaux officiels et/ou d'annonces légales) du marché et la procédure deviennent plus contraignantes. Vous trouverez ces seuils dans le paragraphe ci-après.

Pour les acquisitions de livres non scolaires, le besoin est évalué sur la base du budget total prévisionnel des achats de livres pour l'année pour toute la collectivité. Toutefois, si vous avez décidé d'effectuer un marché d'un an reconductible 1 fois ou plus (pas plus de 4 années au total), il faudra faire le calcul sur le cumul d'années afin de choisir la bonne procédure.
Afin de permettre une plus grande souplesse sur l'évaluation des marchés, le CMP a permis de fixer des minimums et maximums en valeur. Cette pratique est conseillée car elle permet aussi aux fournisseurs de mesurer leur capacité et leur intérêt à répondre au marché.

V - DETERMINER LA PROCEDURE

« La procédure d'appel d'offres » : **(**procédure par laquelle un acheteur exprime un besoin en fonction d'un cahier des charges. Différents prestataires sont appelés à faire une proposition chiffrée en réponse à ce cahier**).** Cette procédure n'est obligatoire que si le besoin de livres de la collectivité est supérieur à **200 000 € H.T.**

Si le besoin est inférieur à ce montant, il s'agit de « marchés 'dits à' procédure adaptée » (MAPA) (publication adaptée au besoin et au montant) pour lesquels la collectivité choisit elle-même les modalités de publicité.

- En dessous de **15 000 € H.T**., la collectivité peut décider que les marchés seront conclus sans publicité ni mise en concurrence (décret n° 2011-1853 du 9 décembre 2011).

- Entre **15 000 € H.T. et 90 000 € H.T**., la collectivité est soumise à une obligation de publicité mais elle choisit la publicité en fonction des caractéristiques du marché. L'annonce peut être publiée soit sur internet (le portail du Conseil général est à votre disposition pour toute publicité de marché), soit sur un journal d'annonces légales (JAL).

- Entre **90 000 € H.T. et 200 000 € H.T.**, une publicité est obligatoire ; la collectivité doit publier impérativement au Journal Officiel de l'Union Européenne (JOUE), au Bulletin Officiel des Marchés Publics (BOAMP) et sur son profil acheteur Internet. Elle peut aussi choisir de faire une publicité, au-delà, dans un JAL ou un journal spécialisé.

Voici un tableau récapitulant les seuils et les différentes procédures (9/12/2011). (Ces seuils sont révisés tous les 2 ans).

SEUILS	Publicité adéquate
En dessous de 15 000 € H.T.	Possibilité de conclure des marchés sans publicité.
Entre 15 000 € H.T. et 90 000€ H.T.	*Procédure adaptée (MAPA)* Choix de la publicité en fonction des caractéristiques du marché : Publicité sur internet « Portail achats publics sarthois» * et ou JAL.
Entre 90 000 € H.T. et 193 000 € H.T.	*Procédure adaptée (MAPA)* Choix de la publicité soit au BOAMP, soit au JAL avec complément sur internet « Portail achats publics sarthois » et si intérêt, dans une publication spécialisée correspondant au secteur économique concerné.
Au-delà de 200 000 € H.T.	*Procédure d'Appel d'offres* **Publicité obligatoire** : BOAMP et au JOUE **

* Adresse du site du Conseil général : www.sarthe-marchespublics.fr
** JOUE (Journal Officiel de l'Union Européenne) / BOAMP (Bulletin Officiel des annonces des marchés publics)

VI - MARCHE À BONS DE COMMANDE

Compte tenu du type de besoins récurrents et courants, la forme qui s'impose dans presque tous les cas est celle du **marché à bons de commande.** Il ne peut excéder 4 ans. Ces marchés s'exécutent par envois successifs de bons de commande adressés au fournisseur.

* **Cas des livres qui ne peuvent être fournis que par un seul fournisseur** : (ex. : VDB ouvrages en gros caractères).
La publicité et la mise en concurrence sont inutiles. Le CMP prévoit dans ce cas la possibilité d'un achat de ces ouvrages directement à l'éditeur à condition de ne pas dépasser 1 % de la valeur totale du marché et 10 000 € H.T.

VII - L'ALLOTISSEMENT

L'allotissement est le principe d'un découpage par lot, sauf si l'objet du marché ne permet pas l'identification de prestations distinctes. Le recours au marché global doit ainsi dûment être justifié.
Les lots, traités par marchés séparés, peuvent être :

- **thématiques** : « livres pour adulte », « livres pour la jeunesse », « bandes dessinées », …,
- **géographiques** : les lots peuvent avoir des contenus identiques, mais ils sont destinés aux différents services de la collectivité répartis sur un secteur géographique. <u>En aucun cas un fournisseur ne doit être rejeté du fait de son implantation géographique.</u>

La répartition des lots doit être clairement indiquée dans la publicité du marché (objet du lot, montant de dépense prévu).

Un fournisseur peut présenter une offre pour plusieurs lots et plusieurs lots peuvent être attribués à un même fournisseur, chaque lot donnant lieu à un contrat.
Il est préférable de ne pas multiplier les lots pour ne pas alourdir la procédure.

VIII - PREPARATION DE LA PROCEDURE ADAPTEE ET DE L'ANALYSE DES OFFRES

Une procédure est un ensemble de règles et de formalités à respecter pour effectuer la passation d'un marché public.
La préparation de la procédure est composée de 2 phases : préparation de la procédure, analyse des offres et choix des titulaires**.**

1. Préparation de la procédure :

Celle-ci est constituée de documents de consultation qui doivent permettre aux candidats de proposer leurs offres. L'ensemble de ces documents est appelé **d**ossier de **c**onsultation des **e**ntreprises (DCE).

Pièces administratives :

Acte d'engagement (AE): il s'agit d'une pièce signée par le candidat dans laquelle celui-ci présente son offre. Ce document doit être impérativement joint à l'offre et signé sous peine d'élimination. Si le candidat est retenu, ce document constituera le document contractuel engageant les deux parties.

Règlement de la consultation (RC) : il reprend l'objet de la consultation, les conditions de la consultation (annonce de la procédure et des modalités de consultation), la décomposition en lots, le rappel des pièces à fournir ainsi que les conditions de remise des offres. Enfin, il annonce les conditions de sélection des candidats et de jugement des offres (pondération, notation) dont vous trouverez un exemple ci-après.

Cahier des clauses administratives particulières (CCAP) : ce document indique les dispositions administratives propres au marché concerné (ex : prix, modalités de règlement, délais d'exécution, pénalités, résiliation).

Cahier des clauses techniques particulières (CCTP) : ce document permet de présenter la collectivité ainsi que les différents services concernés par le marché. Il doit décrire les attentes techniques aux candidats ainsi que toutes les conditions d'exécution du marché.
En cas de marché alloti, le cahier des charges doit comporter la description de l'objet de chaque lot ainsi que les montants minimum et maximum par lot.
Ces montants doivent être cumulés par année pour déterminer la procédure.
Les critères d'attribution fixés au RC, peuvent être rappelés dans ce Cahier.

Cahier des clauses administratives générales (CCAG) : pièce générale de tous les marchés qui s'y réfèrent, le cahier des clauses administratives générales est un Cahier type fixant les modalités d'exécution des marchés. Il permet au CCAP de ne fixer que les conditions spécifiques d'exécution propre au marché. Il existe quatre CCAG, « travaux », « fournitures courantes et services », « prestations intellectuelles » et « technologies de l'information et de la communication ».

Critères d'attribution :

Ils doivent traduire le besoin de l'acheteur et permettre de choisir « l'offre économiquement la plus avantageuse ». Ils doivent être objectifs, opérationnels, non discriminatoires. De plus, ils doivent être pondérés ou à défaut hiérarchisés.
Il est conseillé de choisir plusieurs critères d'attribution dans le cas de la fourniture de livres, compte tenu du fait que le prix est fixe et que la remise est plafonnée. Voici quelques exemples de critères et sous-critères pondérés.

1er critère : Valeur technique (comportant des sous-critères avec une pondération *), **60 %**

- conditions d'accueil des biblitothècaires dans les locaux du fournisseur et conseil technique à l'acquisition (compétence de l'interlocuteur désigné) - poids * 4 ;
- conformité de la livraison à la commande et procédure de relance des éditeurs ou diffuseurs - poids 2 ;
- suivi des commandes précis (information sur l'état des reliquats « épuisé, « en réimpression » …) - poids 2 ;
- qualité de la facturation (présentation, lisibilité) - poids 2.

2nd critère : qualité de la livraison (respect des délais de livraison, qualité de l'emballage), **20 %**

3ème critère : Prix (remise effectuée), **20 %**

➔Attention aux critères donnant lieu à des prestations de service (ex. : fourniture de notices de catalogage, offices, présentation de coups de cœur …). Il s'agit de services associés à la fourniture et ils doivent être valorisés. En aucun cas ils ne doivent être exigés et faire l'objet de prestations gratuites.

Pondérer : attribuer un coefficient à chaque note
Poids : note permettant de classer les offres

2. Analyse des offres et choix des titulaires :

L'analyse se fera à partir des critères d'attribution déterminés dans le RC et rappelé éventuellement dans le CCTP. Elle comportera une analyse détaillant les réponses des prestataires par critère, ainsi qu'un tableau reprenant les critères en affectant une note et une pondération qui sera en adéquation avec l'argumentaire. De plus, ce tableau permettra de choisir le candidat et de justifier ce choix.

Le rapport d'analyse doit être le reflet de l'offre afin de permettre de rédiger la lettre d'information de décision de rejet. Il peut être communicable à la demande d'un candidat écarté.

Exemple d'analyse avec notation et pondération en page suivante.

Critères I – Valeur technique	Prestataires Librairie x Exemple de note	 Librairie Y Exemple de note	Poids/ Pondération	Pondération *Mode de calcul*
Conditions d'accueil des bibliothécaires dans les locaux	5	5		
Note intermédiaire	1	1	**4**	*Note x poids/20*
Conformité de la livraison avec la commande, procédure de relance	4	3		
Note intermédiaire	0.4	0.3	**2**	*Note x poids/20*
Suivi précis des commandes (état des reliquats)	4	5		
Note intermédiaire	0.4	0.5	**2**	*Note x poids/20*
Qualité de la facturation	4	5		
Note intermédiaire	0.4	0.5	**2**	*Note x poids/20*
Note globale intermédiaire	2.20	2.30		*Addition des 4 notes intermédiaires*
Note pondérée	1.32	1.38	**60 %**	*Note globale X 60 %*
II – Qualité de la livraison	3	5		
Note pondérée	0.60	1	**20 %**	*Note x 20 %*
III – prix	5	5		
Note pondérée	1	1	**20 %**	*Note x 20 %*
Note finale	**2.92**	**3.38**		**Addition des 3 notes pondérées**

Cotation des critères : 1 : très insuffisant – 2 : insuffisant – 3 : passable – 4 : bon – 5 : très bon

Les notes qui sont portées sur ce tableau doivent être en adéquation avec l'analyse argumentée. Ce tableau permettra de conforter le choix du prestataire.

Voici quelques adresses de sites vous permettant une mise à jour régulière ainsi qu'une sélection d'ouvragres sur le sujet :
http://pme.service-public.fr/actualites/breves/nouveaux-seuils-pour-marches-publics.html
http://legifrance.gouv.fr
http://www.dgmic.culture.gouv.fr (vade-mecum du ministère de la culture – année 2011)
http://www.marche-public.fr/Guide-bonnes-pratiques-marches-publics

- Achat public, mode d'emploi/Anne-Marie Michelot et Benjamin Michelot.- Direction de l'information légale et administrative-la Documentation française, 2011
- Code commenté des marchés publics/Edition Michel Guibal, Nicolas Charrel, 2011